



SPRAWOZDANIE ZARZĄDU GRUPY KAPITAŁOWEJ

HARPER HYGIENICS S.A. ZA I PÓŁROCZE 2010 ROKU.

SPIS TREŚCI

1. WSTĘP PREZESA ZARZĄDU HARPER HYGIENICS S.A. DO SKONSOLIDOWANEGO RAPORTU ZA I PÓŁROCZE 2010 ROKU	4
2. PODSUMOWANIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ HARPER HYGIENICS	6
2.1. Informacja o zasadach polityki rachunkowości i zasadach ustalania wartości składników aktywów i pasywów.	6
2.2. Opis ostatnich ważnych zdarzeń w Spółce.	6
2.3. Zdarzenia o jednorazowym lub nietypowym charakterze wpływające na wartość aktywów, pasywów, kapitał, przepływy środków pieniężnych lub osiągnięte wyniki finansowe.	6
2.4. Podstawowe dane finansowe za I półrocze 2010 roku.	7
2.5. Przychody i wyniki przypadające na poszczególne segmenty działalności lub segmenty geograficzne.	7
2.6. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy	8
2.7. Istotne zdarzenia, które wystąpiły po dniu, na który sporządzono sprawozdanie finansowe, nieujęte w sprawozdaniu za ten okres, a mogące w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej.	9
3. RYNEK.....	9
3.1. Krótka informacja o czynnikach rynkowych, które wpłynęły na poziom sprzedaży, tempo wzrostu rynku etc.	9
3.2. Wybrane wyjątkowe osiągnięcia lub istotne niepowodzenia, w okresie którego dotyczy raport	10
3.3. Podsumowanie dotyczące budowania i utrzymywania pozycji rynkowej swoich marek, a także równoległego rozwijania sprzedaży pod markami własnymi, co stwarza podstawę do dalszego wzrostu w następnych latach	10
4. POZOSTAŁE INFORMACJE.....	11
4.1. Wybrane dane finansowe, zawierające podstawowe pozycje skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego (również przeliczone na euro) przedstawiające dane narastająco za pierwsze półrocze danego i poprzedniego roku obrotowego, a w przypadku bilansu – na koniec bieżącego półrocza i koniec poprzedniego roku obrotowego.....	11
4.2. Opis organizacji Grupy Kapitałowej Harper Hygienics ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji.....	11
4.3. Wskazanie skutków zmian w strukturze Grupy Kapitałowej Harper Hygienics w wyniku połączenia, przejęcia lub sprzedaży jednostek Grupy, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.	12
4.4. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok.	12
4.5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na WZA na dzień przekazania raportu wraz ze wskazaniem zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji Harper Hygienics S.A. w okresie od przekazania prospektu emisyjnego.....	12

4.6. Zestawienie stanu posiadania akcji Harper Hygienics S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę na dzień przekazania raportu, wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania prospektu emisyjnego.	13
4.7. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.	13
4.8. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązаныmi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.	13
4.9. Informacje o udzieleniu przez emitenta lub przez jednostkę od niego zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji.	14
4.10. Inne informacje, które zdaniem Harper Hygienics S.A. są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupę Kapitałową.	15
4.11. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.	17
4.12. Wskazanie czynników, które w ocenie Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej będą miały wpływ na osiągnięte przez nich wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego półrocza.	20
5. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU.	23

1. WSTĘP PREZESA ZARZĄDU HARPER HYGIENICS S.A. DO SKONSOLIDOWANEGO RAPORTU ZA I PÓŁROCZE 2010 ROKU

Szanowni Akcjonariusze, Szanowni Państwo,

Z przyjemnością prezentujemy Państwu raport okresowy spółki Harper Hygienics S.A. za I półrocze 2010 roku. Jest to nasz pierwszy publikowany raport finansowy i mam nadzieję, że spełni oczekiwania Akcjonariuszy zarówno jeśli chodzi o zakres przekazywanych informacji jak i osiągnięty poziom wyników. Mam też nadzieję, że, jednocześnie zachęci nowych inwestorów do inwestycji w akcje Harper Hygienics S.A.

Pragnę przy okazji podziękować Akcjonariuszom, którzy kupili akcje naszej Spółki w ofercie publicznej za okazane nam zainteresowanie i zaufanie, które przełożyło się na blisko 15% wzrost kursu naszych akcji w dniu naszego debiutu giełdowego 23 lipca br. Debiut giełdowy to nasz ogromny sukces i kolejny etap rozwoju Firmy, a obecność na Giełdzie to jeszcze większe wyzwania i odpowiedzialność, już nie tylko wobec klientów czy konsumentów, ale i wobec szerokiego grona nowych Akcjonariuszy. Zdajemy sobie z tego sprawę i stawiamy sobie za cel, aby nie zawieść oczekiwań Akcjonariuszy i aby nasze działania przyczyniły się do stałego, długoterminowego wzrostu wartości Spółki. Przy tej okazji chciałbym zadeklarować, że wierzymy, iż elementem budowy wartości dla Akcjonariuszy jest między innymi jak najlepsza komunikacja z rynkiem kapitałowym, stąd będziemy dążyć, aby prezentowane przez nas materiały, w tym raporty okresowe i sprawozdania zarządu, spełniały najlepsze standardy rynkowe od strony ich zawartości merytorycznej i przejrzystości.

W I półroczu 2010 zanotowaliśmy znaczący, bo aż 24-procentowy wzrost przychodów ze sprzedaży do poziomu 97,5 mln zł. Zachowaliśmy wysoką marżę brutto na sprzedaży na poziomie 38%. Zysk operacyjny wyniósł 12,5 mln zł, a zysk netto 8,6 mln zł, odpowiednio 7% i 21% więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Uzyskaliśmy też bardzo dobrą dynamikę EBITDA na poziomie 7%.

W dużej mierze jest to związane z naszą strategią rozwijania sprzedaży na rynkach eksportowych, zwłaszcza na naszych rynkach strategicznych, tj. w Rosji, na Ukrainie i w Rumunii. W porównaniu do I półrocza 2009 zanotowaliśmy 49% wzrost przychodów w eksporcie, który stanowi aktualnie już 37% sprzedaży. W Rosji zaczynają być widoczne efekty budowy silnej dystrybucji przynoszące wzrost przychodów o 112%.

Nie bez znaczenia jest również inny aspekt naszej strategii – równoległe rozwijanie sprzedaży produktów markowych jak i pod marką własną. Przykłady z państw Europy Zachodniej pokazują, że udział marek własnych w sprzedaży będzie rósł. Potwierdzają to również nasze wyniki, gdzie w I półroczu 2010 przychody ze sprzedaży w Polsce naszych produktów private label wzrosły o 46%. Aktywności w obszarze marki własnej związane były przede wszystkim z rozwojem współpracy z naszymi odbiorcami krajowymi, a także dojściem do zaawansowanych etapów w rozmowach z potencjalnymi klientami w Europie Zachodniej, gdzie rozpoczęliśmy pierwsze dostawy do niektórych z nich, co otwiera zupełnie nowe możliwości sprzedażowe tej grupy produktowej.

Wzrostowi sprzedaży towarzyszył zrównoważony wzrost mocy produkcyjnych. W I półroczu 2010 uruchomiliśmy kilka kolejnych linii produkcyjnych. Dokonane inwestycje pozwolą nam na zwiększenie mocy produkcyjnych od 25% do 100% w zależności od asortymentu, co jest istotnym elementem planowania zdolności produkcyjnych ze względu na rozwój rynków eksportowych zarówno w grupie brandowej jak i w grupie marek własnych.

Ponadto w I półroczu kontynuowaliśmy działania prowadzone w obszarze optymalizacji cen zakupów, co zaowocowało istotną poprawą cen, w których kupowaliśmy nasze główne surowce i materiały. Projekt ten prowadzony był wspólnie z niemiecką firmą doradcą specjalizującą się w obszarze

zakupów. W jego efekcie ceny podstawowych surowców kupowanych przez spółkę były o około 12% niższe od porównywalnych cen rynkowych.

Rynek produktów higieniczno-kosmetycznych do oczyszczania skóry w segmentach, w których jesteśmy obecni w Polsce, wart był w I połowie tego roku 256,5 mln zł i wzrósł o 4%. Rynek w Polsce zachowywał się w I półroczu 2010 zgodnie z naszymi przewidywaniami i doświadczeniami z ubiegłego roku – stąd nacisk na nowe kategorie oraz odpowiedź na zmieniające się potrzeby konsumentów w ramach istniejących kategorii. Wiąże się to z odświeżeniem pozycjonowania produktów i zaoferowaniem konsumentowi nowych korzyści, które w sposób odmienny od konkurencji zaspokajają jego potrzeby. Pierwszym projektem tego rodzaju była zmiana formuł oraz pozycjonowania naszych emulsji do higieny intymnej. Nowy produkt został wprowadzony na rynek pod koniec ubiegłego roku i w I półroczu 2010 odnotował 29-procentowy wzrost w porównaniu z tym samym okresem w roku 2009. Jest to bardzo obiecujący sygnał, który pokazuje potencjał marki Cleanic do wchodzenia w nowe obszary produktowe w kolejnych latach. Na rynku pojawiły się również nowe rodzaje istniejących już produktów, np. płatki kosmetyczne Cleanic Sensitive, odświeżające chusteczki nawilżane Cleanic Travel, czy nowe opakowania dla chusteczek do higieny intymnej. Ponadto rozwijamy rodzinę chusteczek gospodarczych Presto, w ostatnim półroczu były to dwa nowe produkty: uniwersalne ściereczki czyszczące do kuchni i uniwersalne ściereczki czyszczące do łazienki.

W pięciu z siedmiu kategorii produktowych, w których obecne są nasze produkty markowe, utrzymaliśmy silną pozycję lidera pod względem wartościowych udziałów rynkowych (skumulowane udziały wartościowe za ostatnie 12 miesięcy, lipiec 2009-czerwiec 2010). W kategorii chusteczek dla dzieci zajmujemy pozycję numer dwa wśród innych graczy markowych, natomiast w segmencie płynów do higieny intymnej zaczynamy dopiero budować naszą pozycję.

W I półroczu 2010 kontynuowaliśmy prace związane z poprawą jakości procesów w spółce – w szczególności związanych z bezpieczeństwem produkcji, co stanowi istotny punkt budujący naszą wiarygodność w oczach naszych partnerów handlowych. W tym celu w pełni zmodernizowane zostało m.in. laboratorium kontrolne oraz mikrobiologiczne. Ponadto, spółka przeszła przez szereg audytów jakościowych przeprowadzonych przez naszych odbiorców zarówno z kraju jak i zagranicą, osiągając ostatecznie wysokie oceny.

Jednym z ważniejszych celów w tym roku są przygotowania do rozpoczęcia budowy drugiej fabryki: finalizujemy zakup ziemi oraz wybór projektu i wykonawcy, tak aby w 2011 móc rozpocząć budowę. W obecnym zakładzie produkcyjnym zbliżamy się do wykorzystania mocy produkcyjnych w 100%, dlatego też zgodnie z informacjami podawanymi podczas IPO, w związku z rosnącymi potrzebami produkcyjnymi dążymy do dalszego zwiększenia naszych mocy wytwórczych.

Osiągnięte wyniki potwierdzają stałą zdolność spółki do zwiększania sprzedaży i zysku, nawet w okresie trudnych zmian rynkowych. Szczegóły działań o których wspomniałem, przedstawione są w dalszej części niniejszego sprawozdania, do którego lektury serdecznie Państwa zapraszam.

Z wyrazami szacunku,

Robert Neymann

Prezes Zarządu

2. PODSUMOWANIE SYTUACJI FINANSOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ HARPER HYGIENICS

2.1. Informacja o zasadach polityki rachunkowości i zasadach ustalania wartości składników aktywów i pasywów.

W ciągu I półrocza 2010 roku Grupa Kapitałowa Harper Hygienics nie zmieniła zasad polityki rachunkowości ani nie zmieniła zasad ustalania wartości składników aktywów i pasywów. Zasady stosowane przez Harper Hygienics oraz spółki zależne objęte konsolidacją zostały szczegółowo opisane w informacji dodatkowej do skonsolidowanego sprawozdania finansowego za I półrocze 2010 roku. Stosowanie powyższych zasad umożliwia rzetelne i prawidłowe ustalenie stanu majątkowego i wyniku finansowego.

2.2. Opis ostatnich ważnych zdarzeń w Spółce.

W czerwcu 2010 roku Spółka przekroczyła po raz pierwszy w historii miesięczny poziom sprzedaży na poziomie 20 mln złotych.

W I półroczu 2010 roku Spółka rozpoczęła pierwsze dostawy do strategicznych klientów w Europie Zachodniej.

W I półroczu 2010 roku Spółka podpisała ugodę z Polleną Ostrzeszów dotyczącą sporu o znak Dzidzius.

Spółka podpisała umowę przedwstępną na zakup prawa wieczystego użytkowania działki przylegającej do obecnej posesji w Mińsku Mazowieckim. Na tej działce powstanie zakład produkcyjny nr 2, którego budowa rozpocznie się w 2011 roku.

W maju 2010 roku Spółka uruchomiła centrum magazynowo-dystrybucyjne w Garwolinie.

2.3. Zdarzenia o jednorazowym lub nietypowym charakterze wpływające na wartość aktywów, pasywów, kapitał, przepływy środków pieniężnych lub osiągnięte wyniki finansowe.

Central European Cotton Holdings Ltd wykupiło od Harper Trade Sp. z o.o. swoje obligacje w kwocie 19.000.000 złotych. Ten wykup został bezgotówkowo rozliczony z wypłatą dywidendy przez Harper Hygienics S.A. w kwocie 19.000.000 złotych za 2009 rok oraz z pożyczką od Harper Trade Sp. z o.o. do Harper Hygienics S.A. w tej samej kwocie. Transakcja ta została szczegółowo opisana w sekcji II.6. „Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy” oraz w sekcji IV.9 „Informacje o udzieleniu przez emitenta lub przez jednostkę od niego zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji”.

W I półroczu 2010 roku Harper Hygienics S.A. poniósł koszty o charakterze jednorazowym związane z przygotowaniem do notowania na GPW w Warszawie – co obciążało koszty ogólnego zarządu w tym okresie kwotą 690 tys. złotych oraz koszty związane z uruchomieniem nowego centrum dystrybucyjnego w Garwolinie w kwocie około 300 tys. złotych.

W tym samym okresie nastąpiło częściowe odwrócenie rezerwy na wartość inwestycji w nieruchomości położoną w Jarcewie (własność spółki Harper Production OOO) w kwocie 706 tys.

złotych, stanowiącej wartość zdyskontowanych przepływów pieniężnych zawartych umów najmu – kwota ta powiększyła pozostałe przychody operacyjne.

Poza tymi zdarzeniami, w I półroczu 2010 roku nie wystąpiły zdarzenia jednorazowe lub o nietypowym charakterze wpływające na wartość aktywów, pasywów, kapitał, przepływy środków pieniężnych lub osiągnięte wyniki finansowe.

2.4. Podstawowe dane finansowe za I półrocze 2010 roku.

wybrane dane finansowe	1H 2010	1H 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
przychody netto ze sprzedaży	97 523	78 650	24,0%
zysk brutto ze sprzedaży	37 007	29 789	24,2%
zysk operacyjny	12 474	11 636	7,2%
zysk netto	8 596	7 114	20,8%
rentowność zysku brutto ze sprzedaży	37,9%	37,9%	
rentowność zysku netto	8,8%	9,0%	

W I półroczu 2010 roku Spółka utrzymała wysoką dynamikę sprzedaży. Jednocześnie, przy tak wysokim tempie wzrostu sprzedaży (+24% vs. I półrocze 2009 r.) Spółka utrzymała rentowność zysku brutto na sprzedaży na poziomie prawie 38%, co przełożyło się na wzrost zysku brutto ze sprzedaży o 7,2 mln złotych. Zysk netto wzrósł o prawie 21% i wyniósł 8,6 mln złotych pomimo dużej dynamiki kosztów sprzedaży, która była wynikiem intensyfikacji działań wspierających portfel produktów brandowych oraz poniesienia w tym okresie kosztów jednorazowych. Koszty te były związane z otwarciem nowego centrum dystrybucyjnego w Garwolinie oraz kosztów związanych z wejściem na GPW w Warszawie – łączna kwota kosztów poniesiona z tych dwóch tytułów wyniosła blisko 1 mln złotych.

2.5. Przychody i wyniki przypadające na poszczególne segmenty działalności lub segmenty geograficzne.

tabela 1. sprzedaż netto w podziale na kraj i zagranicę

przychody netto	1H 2010		1H 2009	
	tys. PLN	udział %	tys. PLN	udział %
sprzedaż krajowa	61 782	63,4%	54 633	69,5%
sprzedaż eksportowa	35 741	36,6%	24 017	30,5%
sprzedaż netto razem	97 523		78 650	

tabela 2. sprzedaż netto w ujęciu geograficznym

Przychody netto	1H 2010	1H 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
sprzedaż krajowa	61 782	54 633	13,1%
sprzedaż eksportowa	35 741	24 017	48,8%
Rosja	11 817	5 584	111,6%
Ukraina	4 988	5 806	-14,1%
Rumunia	1 816	399	354,8%
pozostałe kraje	17 120	12 227	40,0%

sprzedaż netto razem	97 523	78 650	24,0%
-----------------------------	---------------	---------------	--------------

tabela 3. sprzedaż netto w podziale na brand i markę własną

przychody netto	1H 2010 tys. PLN	1H 2009 tys. PLN	zmiana w % 2010/2009
brand razem	43 650	41 848	4,3%
marka własna razem	53 873	36 802	46,4%
sprzedaż netto razem	97 523	78 650	24,0%

Sprzedaż w Polsce oraz na rynkach eksportowych wykazuje tendencję wzrostową. Warto też podkreślić wysokie wzrosty sprzedaży odnotowane na rynku rosyjskim i rumuńskim, odpowiednio +112% i +355%, które są efektem konsekwentnego zwiększania dystrybucji oraz przygotowania portfela produkcyjnego odpowiadającego na potrzeby konsumenta na tych rynkach.

Jedynie na rynku ukraińskim w ostatnim czasie odnotowaliśmy spadki sprzedaży. Po bardzo dobrym 2009 roku (wzrost o 45% w I półroczu 2009 w stosunku do I półrocza 2008), w I półroczu 2010 roku doszło do spadku sprzedaży zarówno w sprzedaży produktów brandowych jak i w grupie marek własnych. Niekorzystne trendy sprzedaży wynikają z ogólnej sytuacji makroekonomicznej na Ukrainie. W celu odwrócenia tej tendencji Spółka podjęła pod koniec I półrocza 2010 roku stosowne działania związane z dostosowaniem portfela produktowego oraz działań promocyjnych, których wstępne efekty oceniamy pozytywnie.

Dynamika sprzedaży na rynku polskim wyniosła 13%, co wynika z jednej strony z utrzymania wysokich udziałów w rynku brandowym przy jednoczesnym rozszerzeniu współpracy z klientami marek własnych.

tabela 4. sprzedaż netto wg kategorii

przychody netto	1H 2010 tys. PLN	1H 2009 tys. PLN	zmiana w % 2010/2009
przychody netto ze sprzedaży	97 523	78 650	24,0%
Płatki	36 852	30 261	21,8%
Patyczki	13 632	11 010	23,8%
chusteczki nawilżane	25 918	21 601	20,0%
Pozostałe	21 121	15 778	33,9%

Należy także podkreślić stabilną strukturę wzrostu sprzedaży realizowanej przez spółkę. Wynika ona z równoległego zwiększania sprzedaży we wszystkich przekrojach: kraj vs. eksport, eksport na rynki zachodnie vs. eksport na rynki wschodnie, sprzedaż brand vs. sprzedaż marka własna oraz w poszczególnych kategoriach produktowych,

2.6. Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy

Za rok 2009 zarząd jednostki dominującej zaproponował wypłatę dywidendy w wysokości 19.000.000 zł. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zatwierdzające sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2009 odbyło się w dniu 10 marca 2010 roku. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy postanowiło o wypłacie dywidendy z zysku netto za rok 2009 w kwocie 19.000.000 zł. (0,37 PLN na akcję). W dniu 25 marca 2010 roku nastąpiło bezgotówkowe rozliczenie należnej Akcjonariuszowi, Central European Cotton Holdings Ltd., dywidendy. Rozliczenie nastąpiło poprzez udzielenie przez spółkę zależną Harper Trade Sp. z o.o. długoterminowej pożyczki w kwocie 19.000.000 zł jednostce dominującej,

która przeznaczyła tę kwotę na wypłatę dywidendy dla Akcjonariusza. Akcjonariusz przeznaczył całą kwotę dywidendy, tj. 19.000.000. zł, na wykup swoich obligacji od Harper Trade Sp. z o.o. Cała transakcja została rozliczona bezgotówkowo bez dokonywania transferów pieniężnych.

2.7. Istotne zdarzenia, które wystąpiły po dniu, na który sporządzono sprawozdanie finansowe, nieujęte w sprawozdaniu za ten okres, a mogące w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej.

Do dnia przekazania niniejszego sprawozdania nie wystąpiły żadne istotne zdarzenia mogące w znaczący sposób wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej poza opisanymi poniżej.

W dniu 26 lipca 2010 roku w wyniku realizacji przez Central European Cotton Holdings Ltd prawa do wcześniejszego wykupu Obligacji posiadanych przez Harper Trade Sp. z o.o., doszło do całkowitego zaspokojenia roszczenia przysługującego Harper Trade Sp. z o.o. wobec Central European Cotton Holdings Ltd z tytułu wykupu Obligacji w kwocie 36.088.961,61 PLN (obejmującego zapłatę należności głównej wraz z odsetkami). Tym samym Central European Cotton Holdings Ltd wykupił wszystkie swoje obligacje od Grupy Kapitałowej Harper Hygienics.

W dniu 26 lipca 2010 roku została zawarta pomiędzy Harper Hygienics S.A. a Zakładami Naprawczymi Taboru Kolejowego „Mińsk Mazowiecki” S.A. Umowa Zmiany Przedwstępnej Umowy Sprzedaży w której zmianie uległ zapis, iż Umowa Przyrzeczona zostanie zawarta nie później niż do dnia 30 września 2010 roku. Termin zawarcia Umowy Przyrzeczonej, który oryginalnie przypadał na 31 lipca 2010 roku, został przesunięty w czasie ze względu na opóźnienie w otrzymaniu niezbędnych zgód korporacyjnych przez Zakłady Naprawcze Taboru Kolejowego „Mińsk Mazowiecki” S.A.

3. RYNEK

3.1. Krótka informacja o czynnikach rynkowych, które wpłynęły na poziom sprzedaży, tempo wzrostu rynku etc.

W I połowie roku 2010 większość segmentów produktowych, w których obecne są produkty Harper Hygienics (płatki suche do demakijażu, patyczki higieniczne, chusteczki i płyny do higieny intymnej) wykazywały pozytywną dynamikę wzrostu w porównaniu do analogicznego okresu roku 2009. Widoczna jest jednak tendencja do spadku wartości tych dynamik w kolejnych okresach (bazując na dwumiesięcznych okresach raportowanych przez Nielsen) a w przypadku kategorii chusteczek dla dzieci jej dynamika przyjmuje wartości ujemne (-2%).

Główne powody takiego stanu rzeczy to głównie czynniki o charakterze sezonowym oraz jednorazowym, które miały duży wpływ na zapotrzebowanie konsumenckie na produkty Harper Hygienics – długa zima, oraz powódź w kraju, a także żałoba narodowa, które z kolei znacząco wpłynęły na obniżenie aktywności handlowej przez okres 2 tygodni w kwietniu oraz w maju.

Natomiast ujemna dynamika wzrostu kategorii chusteczek dla dzieci wzmocniona jest dodatkowo silną presją cenową, wywołaną przez kluczowego gracza w kategorii, Procter&Gamble, oraz rosnącą pozycją marek własnych sieci handlowych oraz dyskontowych.

Spośród głównych rynków eksportowych, Rosja oraz Rumunia charakteryzowały się pozytywnymi dynamikami wzrostów we wszystkich podstawowych kategoriach produktowych (płatki, chusteczki).

Pomimo dużej presji konkurencyjnej i silnej obecności lokalnych graczy marka Cleanic sukcesywnie wzmacnia swoją obecność terytorialną jak i skutecznie konkuruje o wybór konsumentki.

Nieco inaczej sytuacja wygląda na Ukrainie, gdzie na rynku wciąż bardzo silnie odczuwalne są skutki kryzysu ekonomicznego z roku 2009, które powodują dużą presję na obniżki cen i poszukiwanie przez konsumenta najtańszych produktów.

3.2. Wybrane wyjątkowe osiągnięcia lub istotne niepowodzenia, w okresie którego dotyczy raport

Okres I półrocza roku 2010 był czasem niezwykle intensywnej pracy nad nową strategią marki Cleanic, oraz szeregiem nowych inicjatyw produktowych we wszystkich segmentach, w których obecne są produkty Harper Hygienics. Część tych nowości udało się wprowadzić na rynek w I półroczu 2010 r. (nowe warianty Presto, nowe chusteczki do higieny intymnej, płatki do demakijażu Sensitive, patyczki higieniczne Sensitive, chusteczki odświeżające Travel), część natomiast pojawiła się już w lipcu (chusteczki do higieny intymnej 20 sztuk, chusteczki dla dzieci Kindii 108 sztuk). Równocześnie trwały intensywne prace nad przygotowaniem szerokiej kampanii konsumenckiej dla marki Cleanic mającej na celu : i) wzmocnienie pozycji emulsji do higieny intymnej na perspektywnym rynku, ii) zbudowanie wyrazistego i wyróżniającego się pozycjonowania marki Cleanic jako eksperta od oczyszczania skóry.

3.3. Podsumowanie dotyczące budowania i utrzymywania pozycji rynkowej swoich marek, a także równoległego rozwijania sprzedaży pod markami własnymi, co stwarza podstawę do dalszego wzrostu w następnych latach

Wyzwania wynikające z silnej presji ze strony głównych konkurentów jak i marek własnych zostały zidentyfikowane jeszcze w końcu 2009 roku. Okres I półrocza 2010 roku był zatem okresem przygotowania większości nowych inicjatyw produktowych dla marki Cleanic w ramach nowej strategii związanej z odpowiedzią na zmieniające się w ostatnim okresie potrzeby konsumentki. Zgodnie z naszymi oczekiwaniami, spodziewamy się, że efekty tych prac będą widoczne już w II połowie 2010 roku.

4. POZOSTAŁE INFORMACJE

4.1. Wybrane dane finansowe, zawierające podstawowe pozycje skróconego skonsolidowanego sprawozdania finansowego (również przeliczone na euro) przedstawiające dane narastająco za pierwsze półrocze danego i poprzedniego roku obrotowego, a w przypadku bilansu – na koniec bieżącego półrocza i koniec poprzedniego roku obrotowego.

tabela 5. wybrane dane finansowe

wybrane dane finansowe	1H 2010		1H 2009	
	tys. PLN	tys. EUR	tys. PLN	tys. EUR
Przychody netto ze sprzedaży	97 523	24 355	78 650	17 407
zysk brutto ze sprzedaży	37 007	9 242	29 789	6 593
zysk z działalności operacyjnej	12 474	3 115	11 636	2 575
zysk brutto	10 826	2 704	9 125	2 020
zysk /strata/ netto	8 596	2 147	7 114	1 574
EBITDA	15 282	3 816	14 274	3 159

tabela 6. wybrane dane bilansowe

Aktywa	30-06-2010		31-12-2009	
	tys. PLN	tys. EUR	tys. PLN	tys. EUR
aktywa trwałe	95 060	22 929	109 728	26 710
aktywa obrotowe	76 804	18 526	69 885	17 011
aktywa razem	171 864	41 455	179 613	43 721

tabela 7. wybrane dane bilansowe

Pasywa	30-06-2010		31-12-2009	
	tys. PLN	tys. EUR	tys. PLN	tys. EUR
kapitał własny	10 975	2 647	21 651	5 270
zobowiązania długoterminowe	103 225	24 899	106 048	25 814
zobowiązania krótkoterminowe	57 664	13 909	51 914	12 637
pasywa razem	171 864	41 455	179 613	43 721

W I półroczu 2010 roku Grupa Kapitałowa Harper Hygienics S.A. nie posiadała istotnych zobowiązań pozabilansowych

4.2. Opis organizacji Grupy Kapitałowej Harper Hygienics ze wskazaniem jednostek podlegających konsolidacji.

Na dzień 30 czerwca 2010 roku w skład Grupy Kapitałowej Harper Hygienics wchodziły w rozumieniu przepisów Ustawy o Rachunkowości, oprócz jednostki dominującej Harper Hygienics S.A.:

1. Harper Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie

Dnia 30 czerwca 2009 r. Harper Hygienics S.A. nabył od Trinity Shelf Companies Sp. z o.o. spółkę Melesio Investments Sp. z o.o., której nazwa została zmieniona następnie na Harper Trade Sp. z o.o., zaś na podstawie umowy z dnia 31 grudnia 2009 roku przeniósł zorganizowaną część przedsiębiorstwa na Harper Trade Sp. z o.o. w zmian za nowoutworzone udziały w Harper Trade Sp. z o.o. Od 2010 roku spółka Harper Trade Sp. z o.o. zajmuje się dystrybucją, sprzedażą oraz marketingiem produktów wytwarzanych w ramach Grupy Kapitałowej Harper Hygienics.

2. Harper Hygienics Rus OOO z siedzibą w Moskwie

3. Spółka Harper Hygienics Rus OOO została utworzona w dniu 19 lipca 2005 roku i zajmuje się pozyskiwaniem klientów i dystrybucją produktów Grupy na rynku rosyjskim.

4. Harper Production OOO z siedzibą w Jarcewie

Spółka Harper Production OOO została utworzona w dniu 23 maja 2006 roku i ma docelowo pełnić rolę centrum produkcyjno-logistycznego Grupy na rynku rosyjskim.

Harper Hygienics S.A. posiada 100% udziałów w kapitałach zakładowych oraz 100% głosów na zgromadzeniach wspólników wyżej opisanych spółek. Wszystkie te spółki podlegają ujęciu w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych Grupy Harper Hygienics za rok 2009 oraz za I półrocze 2010 roku.

4.3. Wskazanie skutków zmian w strukturze Grupy Kapitałowej Harper Hygienics w wyniku połączenia, przejęcia lub sprzedaży jednostek Grupy, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.

W I półroczu 2010 roku struktura Grupy Kapitałowej Harper Hygienics nie uległa zmianie.

4.4. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz wyników na dany rok.

Grupa Kapitałowa Harper Hygienics S.A. nie publikowała prognoz wyników na 2010 rok.

4.5. Wskazanie akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na WZA na dzień przekazania raportu wraz ze wskazaniem zmian w strukturze własności znacznych pakietów akcji Harper Hygienics S.A. w okresie od przekazania prospektu emisyjnego.

Akcjonariusze posiadający powyżej 5% głosów na WZA wg stanu na dzień 31 sierpnia 2010 r.

nazwa akcjonariusza - siedziba	liczba akcji	% udział w kapitale zakładowym	liczba głosów na WZA	% udział w ogólnej liczbie głosów na WZA
Central European Cotton Holdings Ltd. – Irlandia	38 170 000	74,59%	38 170 000	74,59%
Aviva OFE Aviva BZ WBK - Warszawa	2 560 000	5,0%	2 560 000	5,0%

4.6. Zestawienie stanu posiadania akcji Harper Hygienics S.A. lub uprawnień do nich przez osoby zarządzające i nadzorujące Spółkę na dzień przekazania raportu, wraz ze wskazaniem zmian w stanie posiadania, w okresie od przekazania prospektu emisyjnego.

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania żadna z osób zarządzających i nadzorujących w Grupie Kapitałowej Harper Hygienics S.A. nie posiadała akcji Spółki Harper Hygienics ani uprawnień do nich.

4.7. Wskazanie postępowań toczących się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej.

Clinique Laboratories, Inc. w postępowaniach przed Urzędem Patentowym RP oraz sądami administracyjnymi starał się uzyskać stwierdzenie wygaśnięcia prawa ochronnego na znak towarowy Cleanic (R 95489) w odniesieniu do produktów z klasy 03 obejmującej produkty kosmetyczne z wyłączeniem: chusteczek nasączonych płynami kosmetycznymi, wacików, płatków kosmetycznych, patyczków z watą do celów kosmetycznych i waty do celów kosmetycznych. Starania te nie przyniosły pożądanego efektu, o czym ostatecznie przesądził Naczelny Sąd Administracyjny wyrokiem z dnia 21 listopada 2007 roku, w którym stwierdził, że po stronie Clinique Laboratories, Inc. nie istniał interes prawny stanowiący warunek do wszczęcia postępowania przed Urzędem Patentowym RP.

W rezultacie przedmiotowego wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 21 listopada 2007 roku, prawo ochronne na znak towarowy Cleanic (R 95489) pozostaje czynne oraz korzysta z ochrony bez ograniczenia, Emitent zachowuje zatem pełne prawa do ochrony znaku towarowego.

Pełny opis tego sporu został przedstawiony w prospekcie emisyjnym.

Poza wyżej wymienionym sporem względem Spółki i podmiotów od niej zależnych w I półroczu 2010 roku nie toczyły się przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego ani organami administracji publicznej postępowania dotyczące zobowiązań lub wierzytelności Spółki, a także podmiotów od niej zależnych, których pojedyncza lub łączna wartość stanowi co najmniej 10% kapitałów własnych Harper Hygienics S.A. Takie postępowania nie zostały także wszczęte do dnia publikacji raportu

4.8. Informacje o zawarciu przez emitenta lub jednostkę od niego zależną jednej lub wielu transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli pojedynczo lub łącznie są one istotne i zostały zawarte na innych warunkach niż rynkowe.

Transakcje zawarte w I półroczu 2010 roku z podmiotami powiązanymi, były transakcjami typowymi. Ich charakter i warunki wynikały z bieżącej działalności operacyjnej Harper Hygienics S.A. i jednostek zależnych. Transakcje te są realizowane na normalnych zasadach rynkowych.

W związku z wniesieniem do Harper Trade Sp. z o.o. przez emitenta zorganizowanej części przedsiębiorstwa w dniu 31 grudnia 2009 roku i przeniesieniu do tej spółki działalności dystrybucyjnej, oraz wsparcia sprzedażowo-marketingowego emitent podpisał z Harper Trade Sp. z o.o. szereg umów regulujących wzajemne rozliczenia i stosunki handlowe (zestawienie poniżej). Wszystkie te umowy zostały zawarte na warunkach rynkowych.

W pierwszym półroczu 2010 roku Harper Hygienics S.A. dokonał bezgotówkowego rozliczenia dywidendy z jedynym akcjonariuszem, Central European Cotton Holdings Ltd. Szczegółowy opis tej

transakcji, obejmującej także pożyczkę udzieloną przez Harper Trade Sp. z o.o. do Harper Hygienics S.A. jest zawarty w części 2.6. oraz 4.9.

Zestawienie umów zawartych pomiędzy Harper Hygienics SA a Harper Trade Sp. z o.o. w związku z wniesieniem zorganizowanej części przedsiębiorstwa do Harper Trade Sp. z o.o.

Oznaczenie stron		Data umowy	Istotne postanowienia
1.	emitent Harper Trade Sp. z o.o.	25.01.2010	Umowa świadczenia usług regulująca prawa i obowiązki stron w zakresie świadczenia przez Harper Trade Sp. z o.o. na rzecz Emitenta usług finansowo-księgowych, logistycznych, zarządzania i kontrolą jakości, obsługi kadrowej, HR i BHP, administrowania nieruchomościami planowania w zakresie produkcji oraz usług zakupowych. Umowa została zawarta na czas nieoznaczony. Każda ze stron ma prawo do rozwiązania umowy z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego.
2.	emitent Harper Trade Sp. z o.o.	05.01.2010	Ramowa umowa regulująca prawa i obowiązki stron w zakresie sprzedaży towarów wyprodukowanych przez Emitenta do dnia 31 grudnia 2009 roku. Przedmiotowa umowa została zawarta w związku z zawartą w dniu 31 grudnia 2009 roku pomiędzy Emitentem a Harper Trade Sp. z o.o. umową przeniesienia zorganizowanej części przedsiębiorstwa. Celem umowy jest uregulowanie zasad wzajemnej współpracy w zakresie realizacji umów handlowych Emitenta do czasu przeniesienia przez Emitenta na Harper Trade Sp. z o.o. praw i obowiązków Emitenta ze wszystkich umów handlowych Emitenta.
3.	emitent Harper Trade Sp. z o.o.	04.01.2010	Ramowa umowa współpracy regulująca prawa i obowiązki stron w zakresie wytwarzania przez Emitenta na zlecenie Harper Trade Sp. z o.o. artykułów kosmetycznych i higienicznych. Umowa została zawarta na czas nieoznaczony. Każda ze stron ma prawo do rozwiązania umowy z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec kwartału kalendarzowego.
4.	emitent Harper Trade Sp. z o.o.	01.01.2010	Umowa najmu powierzchni magazynowych o pow. 500 m2 znajdujących się w budynku zlokalizowanym na nieruchomości, do której Emitentowi przysługuje prawo użytkowania wieczystego, położonej w Mińsku Mazowieckim przy ul. Sosnkowskiego 34. Umowa została zawarta na czas nieoznaczony. Każda ze stron ma prawo do rozwiązania umowy z zachowaniem 1-miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego.

4.9. Informacje o udzieleniu przez emitenta lub przez jednostkę od niego zależną poręczeń kredytu lub pożyczki lub udzieleniu gwarancji.

29 marca 2010 roku Harper Trade Sp. z o.o. udzielił Harper Hygienics S.A., pożyczki w kwocie 19.000.000 złotych na okres 5 lat od daty zawarcia umowy. Oprocentowanie pożyczki zostało ustalone na poziomie WIBOR 6M plus 4% marży. W umowie przewidziano potrącenie roszczenia emitenta o wypłatę kwoty pożyczki z roszczeniem Harper Trade Sp. z o.o. wobec emitenta z tytułu wypłaty dywidendy w kwocie 19.000.000 złotych (przysługującej Harper Trade Sp. z o.o. wskutek dokonania przekazu przez jedynego akcjonariusza emitenta, tj. Central European Cotton Holdings Ltd) z zysku netto Emitenta za rok obrotowy 2009 (przeznaczonego do podziału uchwałą nr 4 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia emitenta z dnia 10 marca 2010 roku). Ta transakcja opisana jest też w sekcji 2.6. „Informacje dotyczące wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendy”.

Poza tą pożyczką w I półroczu 2010 roku emitent ani żadna spółka zależna nie udzielała innych pożyczek poręczeń kredytu, pożyczki ani też nie udzielała gwarancji.

4.10. Inne informacje, które zdaniem Harper Hygienics S.A. są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian, oraz informacje, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupę Kapitałową.

tabela 8. podstawowe dane finansowe

wybrane dane finansowe	1H 2010	1H 2009	zmiana w %
	tys. PLN	tys. PLN	2010/2009
przychody netto ze sprzedaży	97 523	78 650	24,00%
zysk brutto ze sprzedaży	37 007	29 789	24,20%
koszty sprzedaży	16 491	11 474	43,70%
koszty ogólnego zarządu	9 944	7 658	29,90%
pozostałe koszty i przychody operacyjne	-1 902	-979	94,30%
zysk operacyjny	12 474	11 636	7,20%
koszty finansowe netto	1 648	2 511	-34,40%
zysk przed opodatkowaniem	10 826	9 125	18,60%
zysk netto	8 596	7 114	20,80%
EBITDA	15 282	14 274	7,10%

Wysoka dynamika wzrostu sprzedaży to przede wszystkim zasługa rynków eksportowych. Wzrost sprzedaży na tych rynkach ogółem wyniósł prawie 49%, a sprzedaż na głównym strategicznym rynku rosyjskim wzrosła aż o 112%. Tej wysokiej dynamice towarzyszyło utrzymanie rentowności sprzedaży brutto na poziomie 38%, co przełożyło się na wzrost zysku ze sprzedaży o 7,2 mln złotych. Wyższe koszty sprzedaży to przede wszystkim efekt zwiększonych kosztów zmiennych wsparcia sprzedażowo-marketingowego o 1,7 mln złotych co daje dynamikę wzrostu tych kosztów na poziomie dynamiki sprzedaży. Jednocześnie koszty stałe sprzedaży i marketingu, w wyniku wzrostu zatrudnienia w tych działach o 17 osób (wzrost o 51%), zwiększyły się o 1 mln złotych. Koszty dystrybucji wzrosły o 1,4 mln złotych, co także jest efektem wysokiej ogólnej dynamiki sprzedaży, a w szczególności na rynkach eksportowych.

Główne powody wzrostu kosztów ogólnego zarządu to przede wszystkim koszty związane z operacjami w nowo otwartym w I półroczu 2010 roku centrum dystrybucyjnym w Garwolinie, które wyniosły ok. 1,2 mln złotych. Spółka Harper Hygienics S.A. poniosła także w tym okresie koszty przygotowania do notowania na GPW w Warszawie w kwocie 690 tys. złotych oraz utworzyła większą o 223 tys. złotych rezerwę na program motywacyjny dla członków zarządu. Rezerwa ta jest tworzona zgodnie ze standardami MSSF, chociaż gotówkowo nie ponosi ona kosztu tego programu. W I półroczu 2010 roku została także rozwiązana częściowo rezerwa na wartość inwestycji w nieruchomości położoną w Jarcewie (własność spółki Harper Production OOO) w kwocie 706 tys. złotych. Przychód z tego tytułu uwzględniony jest w pozostałych przychodach operacyjnych. Z tytułu posiadania obligacji Central European Cotton Holdings Ltd Grupa Kapitałowa Harper Hygienics uzyskała netto, po odjęciu kosztu finansowania zakupu tych obligacji, przychód finansowy w wysokości 223 tys. złotych. Zysk netto wzrósł o 1,5 mln złotych i wykazał bardzo wysoką dynamikę na poziomie zbliżonym do dynamiki przychodów zez sprzedaży.

tabela 9. wybrane wskaźniki finansowe etc.

	1H 2010	1H 2009	zmiana w p.p.
podstawowe wskaźniki rentowności	%	%	2010/2009
rentowność sprzedaży brutto	37,9%	37,9%	0,1
rentowność zysku operacyjnego	12,8%	14,8%	-2,0
rentowność netto	8,8%	9,0%	-0,2
rentowność EBITDA	15,7%	18,1%	-2,5
stopa zwrotu z aktywów (ROA)	5,0%	6,0%	-1,0
stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE)	78,3%	15,9%	62,4

stopa zwrotu z aktywów (ROA): wynik finansowy netto / suma bilansowa

stopa zwrotu z kapitałów własnych (ROE): wynik finansowy netto / kapitał własny

Nieznacznemu pogorszeniu uległa rentowność zysku operacyjnego, EBITDA i wskaźnik ROA. Zmiana stopy zwrotu z kapitałów własnych wynika z wypłaty dywidendy z zatrzymanych zysków w drugim półroczu 2010 roku, co obniżyło znacząco poziom kapitałów własnych.

	1H 2010	1H 2009	zmiana w %
podstawowe wskaźniki płynności	%	%	2010/2009
płynność bieżąca	1,3	1,2	12,8%
płynność szybka	1,0	1,0	3,1%
kapitał obrotowy netto	19 140	8 629	121,8%

płynność bieżąca: aktywa obrotowe/zobowiązania krótkoterminowe

płynność szybka: (aktywa obrotowe – zapasy)/zobowiązania krótkoterminowe

kapitał obrotowy netto: (aktywa obrotowe – zobowiązania krótkoterminowe)

Wskaźniki płynności uległy polepszeniu głównie ze względu na wzrost zobowiązań krótkoterminowych o 9,8 mln złotych. Wzrost kapitału obrotowego wynika przede wszystkim ze wzrostu zapasów o 9,3 mln złotych.

	1H 2010	1H 2009	zmiana w %
podstawowe wskaźniki zadłużenia	%	%	2010/2009
wskaźnik ogólnego zadłużenia	93,6%	62,0%	50,9%
wskaźnik zadłużenia długoterminowego	60,1%	21,3%	181,4%

wskaźnik ogólnego zadłużenia: zobowiązania ogółem/pasywa ogółem

wskaźnik zadłużenia długoterminowego: zobowiązania długoterminowe/pasywa ogółem

Wzrost wskaźników zadłużenia wynika z faktu zaciągnięcia nowego kredytu, w wysokości 81 mln złotych, z czego Harper Trade zaciągnął 30 mln złotych, a Harper Trade Sp. z o.o. 51 mln złotych. Kredyt ten został zaciągnięty w II połowie 2009 roku w celu sfinansowania nabycia obligacji od Central European Holdings Ltd w tej samej kwocie. Obligacje te (kwota główna wraz z narosłymi odsetkami) zostały bezgotówkowo rozliczone z wypłatą dywidendy z zatrzymanych zysków roku w 2009 roku (30,3 mln zł) oraz z wypłatą dywidendy za rok 2009 (19 mln zł), pozostała kwota, tj. 36,1 mln złotych została wykupiona przez Central European Cotton Holdings w dniu 26 lipca 2010 roku i kwota ta zasilila konto spółki Harper Trade Sp. z o.o. Z tej kwoty Harper Trade zamierza przedpłacić

jedną z transz kredytu długoterminowego w celu redukcji ogólnego zadłużenia Grupy Kapitałowej Harper Hygienics S.A.

zatrudnienie	1H 2010	1H 2009	zmiana w %
zatrudnieni na umowę o pracę	609	525	16,0%
pozostałe formy zatrudnienia	204	104	96,2%
zatrudnienie razem	813	629	29,3%

zatrudnienie w Harper Hygienics S.A oraz w Harper Trade sp. z o.o. łącznie

Wzrost zatrudnienia wynika głównie z wzrostu zatrudnienia pracowników bezpośrednio produkcyjnych oraz z zatrudnienia pracowników do centrum dystrybucyjnego otwartego w Garwolinie w I półroczu 2010 roku

4.11. Opis podstawowych zagrożeń i ryzyka

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Ogólna sytuacja makroekonomiczna Polski oraz innych rynków, na których działa Harper Hygienics (w szczególności Rosji, Ukrainy i Rumunii) w tym takie czynniki jak: tempo wzrostu PKB, poziom inflacji i stóp procentowych, poziom inwestycji w gospodarce oraz poziom bezrobocia mają bezpośredni wpływ na stopień zamożności i siłę nabywczą społeczeństwa. W efekcie czynniki te wpływają także na wielkość popytu na dobra konsumpcyjne, w tym na produkty oferowane przez Harper Hygienics i mogą mieć wpływ na jego sytuację finansową.

W przypadku rynków zagranicznych (w szczególności Rosji i Ukrainy) poza czynnikami gospodarczymi istotnym elementem jest ogólna sytuacja polityczna.

Ryzyko związane ze zmianami przepisów prawa w Polsce i innych krajach

Od początku przemian gospodarczych w Polsce jednym z istotnych elementów zwiększających ryzyko prowadzonej w naszym kraju działalności był brak stabilności systemu prawnego. Brak jednolitego prawa, jego częste zmiany oraz wewnętrznie sprzeczne normy prawne w szeregu przypadków prowadzą do powstawania stanu niepewności gospodarczej. Niespójność, brak jednolitej interpretacji przepisów prawa oraz częste nowelizacje pociągają za sobą ryzyko błędnej interpretacji przepisów. Nie można wykluczyć, iż ewentualne zmiany w przepisach prawa mających wpływ na zakres działalności prowadzonej przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics mogą powodować wystąpienie negatywnych skutków dla jej działalności.

Ryzyko niekorzystnych zmian przepisów podatkowych

System podatkowy w Polsce ulega ciągłym zmianom zmierzającym do dostosowania go zarówno do dynamicznego wzrostu gospodarczego, jak i do wymogów prawa Unii Europejskiej. Wiele przepisów podatkowych nie zostało sformułowanych w sposób precyzyjny. Jednocześnie brak jest ich jednoznacznej wykładni. Zakres zmian, ich treść oraz trudności interpretacyjne w stosowaniu nowych regulacji mogą stanowić utrudnienie w prowadzeniu działalności, a w szczególności w planowaniu tej działalności pod kątem podatkowym. Istnieje ryzyko zmiany obecnych przepisów w taki sposób, że nowe uregulowania mogą okazać się niekorzystne zarówno dla Grupy Kapitałowej Harper Hygienics, jak i dla podmiotów z nią współpracujących.

Ryzyko kursowe

W ramach prowadzonej działalności Grupa Kapitałowa Harper Hygienics dokonuje transakcji opartych na walutach obcych. Związane jest to z jednej strony z uzyskiwaniem wpływów ze sprzedaży zagranicznej, z drugiej strony z koniecznością ponoszenia wydatków na zakupy poza granicami Polski. Konieczność dokonywania transakcji opartych na walutach obcych może narażać

Grupę Kapitałową Harper Hygienics na ryzyko kursowe wynikające z fluktuacji kursów tych walut, w szczególności kursu euro. Obecnie, w obliczu względnej równowagi wpływów i wydatków w walutach obcych (wartość transakcji sprzedaży opartych na walutach obcych za I półrocze 2010 była wyższa o 2,2 mln euro od wartości transakcji zakupów opartych na walutach obcych). Nie można wykluczyć, iż skala fluktuacji kursów walut obcych oraz koszty zabezpieczenia rozliczeń przed ryzykiem kursowym mogą mieć niekorzystny wpływ na wyniki finansowe.

Ryzyko zmian cen surowców

Podstawowymi surowcami wykorzystywanymi przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics w produkcji są: bawełna, włóknina (wytwarzana między innymi z wiskozy będącej produktem pochodnym drewna) oraz polipropylen (produkt pochodny ropy naftowej). Pomimo istnienia wielu źródeł zakupu tych surowców oraz prowadzenia przez Emitenta działań mających na celu dywersyfikację źródeł pozyskiwania surowców (współpraca z więcej niż jednym dostawcą danego surowca), ich ceny mogą podlegać zmianom i są uzależnione m.in. od czynników takich jak: czynniki klimatyczne i środowiskowe (bawełna), stopień podaży i dostępności oraz cena drewna (wiskoza) oraz cena ropy naftowej na rynkach międzynarodowych (polipropylen). Nie można wykluczyć w przyszłości wystąpienia istotnych i nieprzewidzianych wzrostów cen powyższych surowców, które nie będą mogły być uwzględnione w cenach sprzedawanych produktów, co może mieć niekorzystny wpływ na wyniki finansowe.

Ryzyko ograniczeń na rynkach zagranicznych

Grupa Kapitałowa Harper Hygienics realizuje strategię zwiększenia eksportu swoich produktów, pozyskiwania nowych rynków zbytu poza granicami Polski oraz dąży do uzyskania istotnego udziału rynkowego na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej. Swoje produkty eksportuje do państw środkowoeuropejskich będących członkami Unii Europejskiej, jak również do państw spoza Unii Europejskiej, w szczególności do Rosji i na Ukrainę. W związku z realizacją tej strategii nie można wykluczyć, iż Grupa Kapitałowa Harper Hygienics może być zmuszona w przyszłości do ponoszenia dodatkowych kosztów związanych z obecnością na danym rynku zagranicznym, w szczególności kosztów protekcyjnej polityki celnej danego państwa, co może mieć niekorzystny wpływ na wyniki finansowe. Ponadto, zmienność sytuacji politycznej i gospodarczej może mieć wpływ na rozwój lub ograniczenie obecności na określonych rynkach zagranicznych.

Ryzyko konkurencji w zakresie produktów brandowych

Grupa Kapitałowa Harper Hygienics prowadzi działalność na atrakcyjnym, szybko rozwijającym się rynku produktów kosmetyczno-higienicznych do oczyszczania skóry, na którym obecni są inni polscy producenci oraz koncerny międzynarodowe działające w Polsce. Nie można wykluczyć, iż w przyszłości konkurenci podejmą intensywne działania mające na celu istotne zwiększenie ich udziału w polskim rynku produktów kosmetyczno-higienicznych do oczyszczania skóry, co może mieć wpływ na zmniejszenie pozycji produktów brandowych Cleanic. W odpowiedzi na te działania Grupa Kapitałowa Harper Hygienics może być zmuszona ponieść znaczne koszty obrony własnej pozycji rynkowej bądź utrzymania zakładanego tempa wzrostu udziału rynkowego, co może mieć niekorzystny wpływ na działalność lub wyniki finansowe. Nie można wykluczyć, iż w przyszłości udział produktów produkowanych przez inne podmioty w rynku polskim może ulec zwiększeniu z powodu wzrostu ich konkurencyjności cenowej, co może mieć wpływ na udziały rynkowe produktów wytwarzanych przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics i niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywy lub jego wyniki.

Ryzyko konkurencji w zakresie produktów marek własnych

Współpraca z sieciami handlowymi w zakresie produkcji marek własnych na potrzeby tych sieci wiąże się z koniecznością spełniania przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics wielu wymogów odnoszących się do jakości i konkurencyjności jej oferty względem innych wytwórców marek własnych. Odbiorcy marek własnych wyznaczają coraz wyższe normy jakościowe dotyczące procesu produkcji jak i samego wyrobu. Te wysokie oczekiwania w automatyczny sposób podnoszą barierę

wejścia dla potencjalnych producentów wyrobów marek własnych, jednakże nie można wykluczyć jej pokonania przez istniejący bądź nowopowstały podmiot produkujący w Polsce lub poza nią produkty marek własnych dla sieci handlowych.

Ryzyko utraty znaczącego klienta

W ramach współpracy z sieciami handlowymi w zakresie produkcji marek własnych, udział największego klienta w przychodach ogółem ulega systematycznemu wzrostowi ze względu na organiczny wzrost tego klienta na rynku krajowym (na koniec czerwca 2010 roku udział ten stanowił 26,5%). Grupa Kapitałowa Harper Hygienics nie może wykluczyć ryzyka związanego z rozwiązaniem lub nieprzedłużeniem obowiązującej umowy i powierzeniem przez kontrahenta części lub całości produkcji wyrobów kosmetyczno-higienicznych pod jego marką własną innemu podmiotowi, co mogłoby mieć niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywy lub wyniki w wyniku utraty tej części przychodów.

Ryzyko związane z dystrybucją produktów na rynkach zagranicznych

Grupa Kapitałowa Harper Hygienics sprzedaje swoje produkty na strategicznych rynkach eksportowych (Rosja, Ukraina i Rumunia) za pośrednictwem lokalnych dystrybutorów. Wspólnie z dystrybutorem / importerem dociera do głównych kanałów zbytu oraz prowadzi działania promocyjne. W przypadku rozwiązania współpracy z dystrybutorem Grupy Kapitałowej Harper Hygienics może grozić ryzyko związane z utratą importera odpowiedzialnego za dystrybucję w głównych kanałach zbytu na danym rynku.

Ryzyko realizacji strategii rozwoju

Przyjęta strategia rozwoju zakłada dalszy rozwój jego działalności na rynku produktów kosmetyczno-higienicznych do oczyszczania skóry poprzez rozszerzanie zakresu oferty produktowej poprzez wprowadzanie nowych innowacyjnych produktów do oczyszczania skóry pod brandem Cleanic, w tym w segmentach, w których Grupa Kapitałowa Harper Hygienics do tej pory była nieobecna, umocnienie pozycji lidera na rynku krajowym, dalszą ekspansję na strategicznych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej (Rosja, Ukraina, Rumunia), poszukiwanie znaczących kontraktów produkcyjnych dla klientów z Europy Zachodniej. W związku z założonym rozwojem, nie można wykluczyć, że w przyszłości mogą pojawić się nieprzewidziane trudności lub opóźnienia związane z realizacją strategii rozwoju, pozostające poza kontrolą Grupy Kapitałowej Harper Hygienics.

Ryzyko niekorzystnych zdarzeń skutkujących szkodami w majątku

Ze względu na specyfikę prowadzonej działalności polegającej na wykorzystaniu do wytwarzania produktów surowej bawełny, która w pewnych warunkach może ulec procesowi samozapłonu prowadzącemu do znaczących szkód, istnieje ryzyko wystąpienia takiego zdarzenia, które może mieć niekorzystne skutki dla majątku. Mimo podejmowanych działań mających na celu zminimalizowanie ryzyka wystąpienia takich niekorzystnych zdarzeń, nie można wykluczyć całkowicie ryzyka ich wystąpienia.

Ryzyko związane z odpowiedzialnością za produkt

Produkty wytwarzane przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics służą do oczyszczania skóry, przez co mają bezpośredni kontakt z ciałem ludzkim. Wszelkie uchybienia w jakości produktów mogą skutkować roszczeniami konsumentów na podstawie przepisów prawa cywilnego odnoszących się do odpowiedzialności za produkt. Koszty obrony interesów oraz ewentualne koszty związane z ponoszeniem odpowiedzialności za wytwarzane produkty mogą mieć niekorzystny wpływ na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Harper Hygienics.

Ryzyko związane z poziomem zadłużenia

Na dzień 30 czerwca 2010 roku Harper Hygienics S.A. oraz Harper Trade Sp. z o.o są stroną umowy kredytowej z BZ WBK SA. W przypadku niewypełnienia zobowiązań w zakresie spłaty kredytów

wynikających z przedmiotowej umowy bank mógłby podjąć działania mające na celu zaspokojenie przysługujących mu wierzytelności i skorzystać w tym celu z dowolnego zabezpieczenia ustanowionego na podstawie przedmiotowej umowy, zaspokajając się w szczególności z przedmiotu hipoteki albo zastawu, co mogłoby doprowadzić do utraty przez Grupę Kapitałową Harper Hygienics co najmniej części posiadanej przez nią majątku. Sytuacja taka mogłaby mieć niekorzystny wpływ na sytuację finansową.

Ryzyko skutków niekorzystnych wyników sporów w zakresie znaków towarowych, prowadzonych z Clinique Laboratories, Inc,

Prawa ochronne Emitenta do znaku towarowego Cleanic (R 95489) i niektórych innych znaków towarowych słowno-graficznych zawierających słowo „Cleanic” były w przeszłości, w latach 2004-2007, bezskutecznie podważane przez spółkę Clinique Laboratories, Inc. Starania te nie przyniosły pożądanego efektu, o czym ostatecznie przesądził Naczelny Sąd Administracyjny wyrokiem z dnia 21 listopada 2007 roku, w którym stwierdził, że po stronie Clinique Laboratories, Inc. nie istniał interes prawny stanowiący warunek do wszczęcia postępowania przed Urzędem Patentowym RP.

W rezultacie przedmiotowego wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 21 listopada 2007 roku, prawo ochronne na znak towarowy Cleanic (R 95489) pozostaje czynne oraz korzysta z ochrony bez ograniczenia, Emitent zachowuje zatem pełne prawa do ochrony znaku towarowego Cleanic.

Pełny opis sporu z w Clinique Laboratories, Inc został przedstawiony w prospekcie emisyjnym Harper Hygienics S.A..

4.12. Wskazanie czynników, które w ocenie Harper Hygienics S.A. oraz jej Grupy Kapitałowej będą miały wpływ na osiągnięte przez nich wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego półrocza.

Według stanu na dzień publikacji niniejszego raportu, Zarząd Spółki Harper Hygienics S.A. nie przewiduje wystąpienia czynników mogących w znaczący sposób wpłynąć na wyniki kolejnego półrocza.

Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że ogólna sytuacja makroekonomiczna Polski, w tym takie czynniki jak: tempo wzrostu PKB, poziom inflacji, poziom inwestycji w gospodarce i poziom bezrobocia, wpływają bezpośrednio na stopień zamożności i siłę nabywczą społeczeństwa oraz na wysokość dochodów osobistych ludności. W efekcie czynniki te wpływają także na wielkość popytu zgłaszanego na dobra konsumpcyjne, w tym na produkty oferowane przez Emitenta.

Ponadto, elementami lub czynnikami polityki rządowej, gospodarczej, fiskalnej, monetarnej i politycznej oraz czynnikami, które miały istotny wpływ lub które mogłyby bezpośrednio lub pośrednio mieć istotny wpływ na działalność operacyjną Emitenta są:

- polityka monetarna

Wysokość stóp procentowych ustalana przez Radę Polityki Pieniężnej może wywierać pośredni wpływ na oprocentowanie kredytów bankowych i koszt ewentualnego pozyskania finansowania dłużnego przez Emitenta.

- regulacje prawne wyznaczające zakres działalności Emitenta, w tym przepisy podatkowe, jak i przepisy dotyczące innych obciążeń o charakterze publicznoprawnym oraz przepisy dotyczące ochrony środowiska
- poziom kursu walutowego EUR/PLN

Emitent w ramach prowadzonej działalności dokonuje rozliczeń w walutach obcych. Związane jest to z jednej strony z uzyskiwaniem przez Emitenta wpływów ze sprzedaży zagranicznej, z drugiej strony

– z koniecznością ponoszenia przez Emitenta wydatków na zakup maszyn i surowców poza granicami Polski. Podstawową walutą do rozliczeń tego typu dokonywanych przez Emitenta jest euro. Ponadto, w związku z planami ekspansji, Emitent oczekuje zwiększenia sprzedaży eksportowej i uzyskiwania większych wpływów w walutach obcych (w tym w euro). Znacząca zmiana kursu EUR/PLN mogłaby mieć wpływ na wyniki osiągnięte przez Emitenta, pomimo znacznego zrównoważenia wpływów i wy wpływów realizowanych w walutach obcych, głównie w euro.

Opisane w niniejszym sprawozdaniu działania podejmowane przez spółkę w obszarze m.in. marketingu, innowacji produktowych, optymalizacji kosztu wytworzenia czy dalszego rozwoju dystrybucji na kluczowych rynkach eksportowych powinny, w ocenie zarządu, przełożyć się na dalsze umacnianie pozycji rynkowej spółki i zapewnić utrzymanie tendencji w zakresie osiągniętych wyników finansowych w kolejnych kwartałach.

Ponadto w dłuższej perspektywie wzrost Spółki będzie również efektem prowadzonych i planowanych inwestycji w zakresie zwiększenia mocy produkcyjnych – na koniec bieżącego roku mocy produkcyjne wzrosną o około 20%, natomiast docelowo w ciągu trzech lat możliwości wytwórcze mogą zwiększyć się nawet o 80% elastycznie reagując na zapotrzebowanie rynkowe na produkty Spółki.

Wybrane pozycje sprawozdania z całkowitych dochodów Grupy Kapitałowej Harper Hygienics za I półrocze 2010 roku i odpowiadający okres porównawczy 2009 roku

pozycje rachunku wyników	1H 2010		1H 2009		różnica	dynamika
	mIn PLN	%	mIn PLN	%		
	/A/	/B/	/C/	/D/		
przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, w tym:	97,5		78,7		18,9	124,0%
- przychody ze sprzedaży produktów własnych i usług	95,7	98,2%	76,6	97,4%	19,2	125,0%
koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów, w tym:	60,5		48,9		11,7	123,9%
koszty wytworzenia produktów własnych i usług	59,3	98,0%	47,7	97,6%	11,7	124,4%
zysk /strata/ brutto ze sprzedaży	37,0		29,8		7,2	124,2%
koszty sprzedaży i ogólnego zarządu	26,4		19,1		7,3	138,2%
zysk /strata/ ze sprzedaży	10,6		10,7		-0,1	99,1%
wynik na pozostałej działalności operacyjnej	-1,9		-1,0		-0,9	193,9%
zysk /strata/ z działalności operacyjnej	12,5		11,6		0,8	107,0%
wynik na działalności finansowej	1,7		2,5		-0,9	65,7%
wynik zdarzeń nadzwyczajnych	0,0		0,0		0,0	-
zysk /strata/ brutto	10,8		9,1		1,7	118,4%
podatek dochodowy	2,2		2,0		0,2	110,9%
zysk /strata/ netto	8,6		7,1		1,5	120,5%
EBITDA	15,3		14,3		1,0	106,9%

Warszawa, dnia 31 sierpnia 2010 r.

Podpisy Członków Zarządu

Zgodnie podpisano:

Robert Neymann
Prezes Zarządu

Grzegorz Świdorski
Członek Zarządu

Rafał Walendzik
Członek Zarządu

5. OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

Oświadczenie

Reprezentując Zarząd spółki akcyjnej Harper Hygienics z siedzibą w Warszawie zgodnie oświadczamy, że podmiot uprawniony do przeglądu półrocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Harper Hygienics za 2010 rok - firma Deloitte Audyt Sp. z o.o., z siedzibą w Warszawie, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten i biegli rewidenci dokonujący przeglądu przywołanego powyżej półrocznego jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego spełniali warunki do wyrażania bezstronnego i niezależnego raportu z przeglądu, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.

Warszawa, dnia 31 sierpnia 2010 r.

Podpisy Członków Zarządu

Zgodnie podpisano:

Robert Neymann
Prezes Zarządu

Grzegorz Świdorski
Członek Zarządu

Rafał Walendzik
Członek Zarządu

Oświadczenie

Reprezentując Zarząd spółki akcyjnej Harper Hygienics z siedzibą w Warszawie zgodnie oświadczamy, że według naszej najlepszej wiedzy, półroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe za pierwsze półrocze 2010 roku Grupy Kapitałowej Harper Hygienics i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości i odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej Harper Hygienics oraz jej wyniki finansowe.

Oświadczamy ponadto, że sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Harper Hygienics zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej Harper Hygienics, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Warszawa, dnia 31 sierpnia 2010 r.

Podpisy Członków Zarządu

Zgodnie podpisano:

Robert Neymann
Prezes Zarządu

Grzegorz Świdorski
Członek Zarządu

Rafał Walendzik
Członek Zarządu